Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по УР

_____А.Е. Рудин

Подлинник электронного документа, подписанного ЭЦП, хранится в системе электронного документооборота ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
Сертификат 03 37 82 ac 95 ff b3 99 40 18 ea 3c 01 9f 6f e8
Владелец Рудин Александр Евгеньевич, первый проректор
Действителен с 17 июля 2026 г. по 17 октября 2027

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.06 Информационно-технологическое обеспечение рекламы и связей с общественностью

Учебный план: 2026-2027 42.04.01 ВШПМ РИСО в медиаиндустрии ЗАО №2-3-134.plx

Кафедра: 38 Рекламы

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа: Практ. занятия	Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
2	УП	8	96	4	3	Зачет
	РПД	8	96	4	3	
Итого	УП	8	96	4	3	
	РПД	8	96	4	3	

Санкт-Петербург
2026

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528

Составитель (и):

доктор философских наук, Профессор _____ Смирнов Алексей Викторович

От кафедры составителя:
Заведующий кафедрой рекламы _____ Смирнов Алексей Викторович

От выпускающей кафедры:
Заведующий кафедрой _____ Смирнов Алексей Викторович

Методический отдел:

_____

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать у обучающегося компетенции в области использования современных информационных технологий в практической деятельности, использования современного оборудования и приборов при планировании и осуществлении коммуникационных кампаний и мероприятий.

1.2 Задачи дисциплины:

• Дать представление о современном состоянии информационных технологий в рекламной деятельности

• Научить выбирать и использовать современное оборудование для осуществления коммуникационных кампаний

• Использовать облачные технологии СУБД для организации и хранения информации

• Работать с профессиональными программами для создания и обработки мультимедиа

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Основы научных исследований в профессиональной сфере

Социокультурные аспекты потребления

Научно-практический семинар

Методы научно-методологического поиска

Репутационные технологии в медиаиндустрии

Производственная практика (научно-исследовательская практика)

Планирование и реализация коммуникационных кампаний в медиаиндустрии

Рекламные и PR-коммуникации в глобальной медиаиндустрии

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2: Способен проводить работы по обработке и анализу научно-технической информации и результатов исследовании? в сфере рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии
Знать: возможности новых информационных технологий в сфере рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии
Уметь: применять актуальную нормативную документацию в сфере научных знаний в области рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии
Владеть: навыками разработки планов и методических программ проведения исследований и разработок

3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа	СР (часы)
		Пр. (часы)	
Раздел 1. Новые медийные технологии	2		
Тема 1. Возможности новых медийных технологий. Определение понятия «медийные технологии». Развитие медийных технологий за последние 10 лет. Место информационных технологий в современном обществе. Обеспечение компьютерной безопасности и защита информации.		1	12
Тема 2. Ресурсные требования к применению новых медийных технологий. Аппаратные средства для работы с медийными технологиями. Различные группы программного обеспечения для работы с новыми медийными технологиями.		1	12
Тема 3. Тенденции и перспективы развития новых медийных технологий. Положение и статус медийных технологий на протяжении последних двух лет. Тенденции развития.		1	12

Раздел 2. Принципы использования технологических достижений в области рекламы и СО			
Тема 4. Профессиональная эксплуатация современного оборудования и приборов. Различные виды и группы технических средств. Специфика работы со сложным презентационным оборудованием.		1	12
Тема 5. Специфика охраны труда при работе с современным оборудованием. Требования по охране труда. Организация рабочего места. Основы безопасности при работе с современным компьютерным оборудованием		1	12
Тема 6. Эффективность применения современного оборудования и приборов при планировании и осуществлении коммуникационных кампаний и мероприятий. Оценка качества сайта. Поисковые системы и алгоритмы поиска информации в сети Интернет.		1	12
Раздел 3. Компьютерные технологии в исследованиях, планировании и оценке эффективности деятельности в области связей с общественностью			
Тема 7. Использование макетов публикаций (MS Publisher). Создание рекламного объявления, буклета о PR-акции и афиши о PR-событии на основе макета публикации		1	12
Тема 8. Вычисления и условное форматирование в электронных таблицах (MS Excel). Создание диаграммы Ганта (MS Excel)		1	12
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		8	96
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25	
Всего контактная работа и СР по дисциплине		8,25	96

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ПК-2	определяет место информационных технологий в современном обществе использует облачные технологии СУБД для организации и хранения информации производит вычисления и условное форматирование в электронных таблицах (MS Excel)

6.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	

Не зачтено	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 2	
1	Возможности новых медийных технологий
2	Определение понятия медийные технологии.
3	Развитие медийных технологий за последние 10 лет.
4	Ресурсные требования к применению новых медийных технологий.
5	Аппаратные средства для работы с медийными технологиями.
6	Различные группы программного обеспечения для работы с новыми медийными технологиями.
7	Тенденции и перспективы развития новых медийных технологий.
8	Положение и статус медийных технологий на протяжении последних двух лет.
9	Профессиональная эксплуатация современного оборудования и приборов.
10	Различные виды и группы технических средств в разработке рекламного продукта
11	Специфика работы со сложным презентационным оборудованием.
12	Специфика охраны труда при работе с современным оборудованием.
13	Требования по охране труда. Организация рабочего места.
14	Эффективность применения современного оборудования и приборов при планировании и осуществлении коммуникационных кампаний и мероприятий Экспертные системы.
15	Электронные магазины
16	Издательские системы. Сравнительная характеристика.
17	Подготовка к рекламной кампании с использованием запросов из баз данных.
18	Облачные базы данных
19	Планшетные приложения в работе рекламного агентства
20	Маркетинговые исследования в Интернет: опросы on-line.
21	Современные способы получения графической информации.
22	Программы поддержки принятия решений
23	Программные методы анализа информации
24	Использование электронной почты и списков рассылки в почтовой рекламе
25	Современные программы статистической обработки данных
26	Создание и продвижение web-сайта компании
27	Сети баннерного обмена, их назначение и принципы функционирования
28	Виды баннеров. Способы создания баннеров
29	Использование мультимедиа-презентаций в продвижении товаров и услуг

6.3.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрено

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Разработайте план и структуру презентации продвигающего типа

Определить соответствующий тип диаграммы для наиболее эффективного представления информации разного типа

Напишите текст презентации проекта в формате «Питч» (elevatorpitch – презентация в лифте)

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная	+	Письменная		Компьютерное тестирование		Иная	

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Зачет проводится в форме устного собеседования. Пользоваться справочными материалами не разрешается. Время на подготовку ответа – 30 минут.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Белаш, В. Ю., Салдаева, А. А.	Информационно-коммуникационные технологии	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/111181.html
Зинурова, Р. И.	Мультимедийные технологии в образовании	Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет	2019	http://www.iprbookshop.ru/109561.html
Сычев, А. В.	Web-технологии	Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа	2024	https://www.iprbookshop.ru/133914.html
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Бондаренко, И. С.	Информационные технологии	Москва: Издательский Дом МИСиС	2021	https://www.iprbookshop.ru/116933.html
Башмакова, Е. И.	Информационные технологии в лингвистике	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/103344.html
Титова, Л. Н., Жилко, Е. П., Дяминова, Э. И., Рамазанова, Р. Р.	Мультимедийные технологии. Социальные сервисы в образовании	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2020	http://www.iprbookshop.ru/95154.html

7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: http://www.iprbookshop.ru/
Интернет-портал о рекламе, маркетинге и PR. [Электронный ресурс]. URL: www.sostav.ru

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

7.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду